探寻新媒体时代下传统媒体的转型之路

摘　要：5G技术的成熟与逐步商用，对于媒体产业产生了深远影响。在这一背景下，如何适应新媒体时代，实现自身的成功转型，成为传统媒体在发展过程中关注的核心问题。文章以新媒体时代为背景，从多个角度全面探讨传统媒体转型的基本方法，积极推动传统媒体的创新与发展，以期为相关实践工作的开展提供参考，继续发挥传统媒体在经济发展以及社会生活中的作用。

关键词：新媒体时代；传统媒体；媒体转型；创新
中图分类号：G229.2　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）09-051-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.09.012

文 / 笪颖

前言

在新媒体时代背景下，为了保持自身的社会影响力以及竞争力，传统媒体逐步转变观念，尝试将媒体内容进行创新性呈现，不断满足新媒体环境中用户的资讯获取需求。文章以此为切入点，在分析新媒体时代传统媒体转型必要性的基础上，逐步梳理传统媒体转型的现状，逐步调整思路，吸收借鉴过往有益经验，采取切实可行的方法，推动新媒体时代背景下传统媒体的创新与转型。

1. 新媒体时代传统媒体转型的必要性

对新媒体时代背景下传统媒体转型必要性的分析，有助于引导相关媒体逐步认识到自身转型的紧迫性以及重要意义，实现了思想的快速转变，进而为后续相关媒体转型以及创新工作的开展奠定了坚实基础。

从相关部门公布的数据来看，我国上网用户的数量为9亿，随着硬件技术与软件程序的不断成熟，新媒体不断出现，凭借自身强大的时效性以及互动性，新兴媒体较好地满足了公众信息分析以及获取的需求，逐步成为主流的信息传播方式。在这种情况下，报刊、广播以及电视新闻等传统媒体对于公众的吸引力逐步降低，受众群体缩小，因而使得传统媒体影响力下降，广告收入的体量持续走低，甚至出现传统媒体倒闭的情况。[1] 例如知名报刊《东方早报》的停刊在很大程度上说明传统媒体在新媒体时代背景下面临的困境。为了适应新媒体时代媒体工作的新变化，保持传统媒体的优势，相关人员应当积极转变思路，深刻认识到传统媒体转型的必要性，通过新旧媒体的融合，增设媒体微博、微信公众号等形式，以新媒体技术手段为依托，在保障媒体资讯内容与质量的前提下进行媒体形式的创新，不断扩大自身的影响力，从而在激烈的市场竞争之中占据更多的主动权。[2] 以广东地区为例，作为我国报纸文化流行地区，目前共有报纸媒体216家，发行量巨大，在新媒体时代，报纸产业逐步衰落，影响力降低，报纸媒体的收入持续走低，部分地区报纸媒体出现倒闭的情况。为了保持自身的发展，广东报纸媒体转变了思路，尝试在新媒体时代背景下进行融合发展，并开展了积极探索，与大型互联网平台深度合作，成功打造媒体新品牌。南方报业作为广东知名报业媒体，在新媒体时代的初期，由于战略定位等方面的原因，发展较为被动，市场影响力下降。基于这种情况，南方报业大胆探索，形成南方报纸+APP的线上线下综合平台，充分满足不同年龄段、不同群体的阅读需求，市场影响力稳步提升，盈利增加，成为新媒体时代传统媒体转型成功的典型案例。作为传统媒体，其还担负着较大的社会责任，是我国政治、经济、文化对外宣传的阵地，是提升国家软实力的基础。在新媒体时代背景下，传统媒体的转型，在很大程度上打破了时间与空间的限制，使得传统媒体在更宽广的领域发挥自身的作用，以更为快捷、更为高效的方式，向世界各国展示我国经济发展成果，加深各国人民对于我国的认识程度，为改革开放以及国家形象的树立发挥积极作用。

2. 新媒体时代传统媒体转型的现状

为了保持自身的社会影响力以及竞争力，部分传统媒体逐步进行转型的尝试，取得了一定的成效，积累了相关经验，但从实际情况来看，其在转型过程中仍存在一些问题。对传统媒体转型现状的梳理，逐步完成对过往媒体转型工作的总结，大大增强了新媒体时代传统媒体转型与创新的有效性。

与国外相比，我国传统媒体的转型相对较晚，转型经验略显不足，但经过较长时间的实践摸索，以及多次有益尝试，传统媒体在媒体转型方面取得了较大的突破与进展。尤其是我国电子产品用户体量十分巨大，广阔的市场成为传统媒体转型的强大推动力。随着新媒体的日益成熟，越来越多的传统媒体开始尝试转型，对新媒体时代传统媒体转型基本情况的梳理，实现了经验的阶段性总结，对于更深层次的转型以及媒体创新有着借鉴

意义，引导传统媒体采取更为恰当的方式完成转型，避免转型的盲目性。必须清楚地认识到，新媒体时代的到来，使得传统媒体产业受到了极大的冲击，为了应对外部环境的变化，传统媒体转变观念，采取融合的方式，对品牌运营方式，内容展现途径等作出必要的调整，从多个角度出发、积极推动自身转型。例如，在融合过程中，对传统媒体以及新媒体的各种资源进行整合，形成“内容 + 渠道”的新机制，越来越多的传统媒体通过微博、微信公众号、视频等多种形式构建立体化的媒体格局，满足不同群体的信息获取需求，为用户提供更为个性化的阅读服务，使得用户通过登录客户端口，自主进行内容的选择、查询，保证了用户的主动性，为用户营造一个良好的使用体验。在转型过程中，突出强调科技的作用，将云计算技术、大数据技术与日常工作结合起来，通过更为现代化的技术手段，对传统媒体转型进行系统化分析，并根据分析结果采取相应的手段进行调控优化，逐步构建自主高效的传统媒体转型机制。[3] 随着 5G 时代的来临，智能手机无疑成为传统媒体转型的关键，基于这种实际，越来越多的传统媒体开始进行布局，进一步完善智能手机客户端以及手机网站，充分利用技术红利，带动整个产业的转型。

尽管我国传统媒体在转型过程中取得了一定的成绩，但是，部分传统媒体对产业转型仍旧缺乏足够的认识，没有真正认识到新媒体时代传统媒体转型的必要性以及重要性，导致转型速度不快，质量不高，自身影响力下降，市场竞争优势逐步丧失。部分传统媒体对于转型缺少切实可行的计划，存在一定的盲目性，难以调动资源，促进自身的快速转变。目前，在传统媒体转型的过程中，普遍存在人才流失的问题，尽管传统媒体的人才流失一直存在，但是从 2013 年开始，人才流失的速度进一步加快，从相关传统媒体提供的数据来看，2017 年，一年内该媒体共计 201 人离职，离职人员以编辑为主，编辑人员的流失，对于传统媒体内容制作有着极为不利的影响。人员流失加剧的原因是多样的，除了与整个传统媒体的大环境有关，还与互联网背景下微信公众号等自媒体快速发展有着直接联系，自媒体的发展，使得编辑拥有更好的平台，获取更高的工资待遇，更舒适的工作环境，而这是传统媒体所无法提供的。为了有效应对这一情况，传统媒体在发展过程中，应当明确自身在思想观念以及工作方法中存在的问题，以问题为导向，转变思路，创新方法，推动新媒体时代传统媒体转型工作的持续稳步开展。

3. 新媒体时代传统媒体转型与创新的基本方法

新媒体时代，传统媒体转型与创新涉及到多个方面的内容，为确保传统媒体的有序转型，适应新媒体时代媒体资讯发展的新业态，相关媒体应当从思想上认识到自身转型的必要性，采取切实可行的措施，扎实做好传统媒体的转型工作。

3. 1 打造特色产品

新媒体时代，公众可以借助于互联网等多种方式，根据自身的需求，快速获取相关内容，视频、图片等多种信息展现方式的出现，也使得新媒体的吸引力逐步增强，成为公众获取信息的主要渠道。尤其是智能手机的普及，根据相关统计部门公布的数据，我国智能手机用户超过 9 亿，智能手机的普及，使得新媒体的影响力显著提升。公众可以通过智能手机随时随地获取各类资讯。而报刊、电视、广播等传统媒体受到多种因素的影响，其在信息广度以及深度方面越来越无法满足公众的信息获取需求，难以为公众呈现更多的内容。基于这种实际，在传统媒体转型的过程中，应当立足于传统媒体过往的经验，逐步打造特色产品，例如《人民日报》对线上资源进行高度整合，打造微博、微信公众号以及电子报纸，对新闻内容进行延伸，不断扩大新闻资讯的深度，引发公众的自我思考，以内容优势，获取公众的注意力，逐步形成自身的特色产品，推动自身的转型。[4] 除了采取这种方式之外，还应当对用户进行分层，做好精准传播，报纸、电视等传统媒体在长时间的发展过程中积累了深厚的底蕴，用户体量极为庞大，潜在用户数量较多，基于这种认知，传统媒体在专项过程中，应当做好产品资源发掘，针对不同群体进行精准传播。尤其是地方传统媒体，其可以充分挖掘、利用在地性资源，对各类新闻信息进行深耕，在扩大自身影响力的同时，也发挥了自身的社会价值与社会作用。以《南方报业》为例，其扎根于广东地区，积极开展与政府部门的合作，建设政府政务平台，实时发布各类政府公告、政策信息，这种传播机制，使其在短时间内获得了大量的用户关注度，同时政务信息的传播速度以及传播范围得到极大提升。除了进行政务平台的搭建之外，《南方报业》还进行了自媒体建设，其自媒体主要由发布号以及服务号组成，其进驻方主要为广东地区的政府机构、科研机构、主流媒体以及社会团体，实现对公共生活领域的全覆盖，随着其运行模式的不断成熟，盈利能力不断提升，仅 2017 年一年，其自媒体实现 1000 万的盈利，覆盖广东省 21 个地级市，影响力稳步提升，逐步形成具有广东地方特色的媒体品牌。

3. 2 整合品牌资源

在较长的一段时间内，传统媒体主要以广告收入或者发行收入作为主要收入来源，新媒体时代的到来，使得传统媒体的收入缩水，收入体量减少。为了保证自身的利润空间，提升盈利能力，传统媒体在自身转型过程中应当借助于品牌优势，对品牌进行持续深耕，完成资源整合，形成多元化的产业链条，在满足公众多元化需求的同时拓宽了盈利空间。例如，某报纸在转型过程中，根据当地经济发展实际情况，与电商平台以及相关产业

进行深度合作，形成专供平台，为介绍各类企业以及相关产品，整合了更多资源，延长了媒体产业链条，拓宽了媒体内容，对于传统媒体健康、快速发展产生了深远影响。

3.3 突出内容，满足公众信息获取需求

新媒体时代，传统媒体在自我转型的过程中，应当进一步突出公众的地位，坚持以公众需求为转型依据，以提供公众满意的信息为前提。在这一思路的指导下，传统媒体在转型环节，根据公众需求，依托自身的积累，做好新闻的发掘、点评工作，增强内容对公众的吸引力。以澎湃新闻为例，在民生新闻领域，在微信公众号、微博以及网站上实时公布招聘信息、交通情况等信息，为公众提供更为生活化的服务。在内容表述方面，采取口语化的表达方式，引入网络用语或者表情包，使得信息资讯的内容以更加灵活的形式展现出来。例如《一起为十九大打“call”》，通过这种方式，将严肃的内容活泼化，更易吸引公众的注意力，增强对受众的吸引力，在很大程度上实现了传统媒体的转型。[5]

3.4 实现跨平台运营

在新媒体时代下，用户体验逐步成为媒体发展的重点内容，不断丰富形式，创新内容，迎合不同用户的信息获取需求，对于传统媒体而言有着极为深远的影响。而这一目标的实现，有赖于传统媒体对平台的打造。通过新的技术手段，尤其是大数据技术，对用户的习惯、评价进行检测，并在此基础上做好灵活调整，形成用户与媒体之间的有效互动，这对于传统媒体的转型有着极为深远的影响，扩大了影响力。从过往情况来看，在新媒体时代背景下，传统媒体的融合发展需要大量资本，以资本为纽带，通过并购的方式不断扩大自身的影响力，在短时间内完成转型，实现传统媒体与新媒体的有机融合。由于资本的深度参与，为了保证资本的利用率，在整个操作环节，有必要充分借鉴过往有益经验，进一步明确资本利用的方式以及资本参与融合的可行性。随着金融体系的完善，我国资本市场秩序得到建立健全，资本市场定价具有极强的透明性和公平性、股份的标准化和流动性、支付工具的多样性，这些特性为传统媒体的融合提供了诸多便利。同时，考虑到传媒企业管理机制融合对媒体融合的推进至关重要，在实际的融合过程中，应当采取必要的应对手段，进行必要的管理机制创新与转变，以此推动融合工作的深入开展。传统媒体与新媒体并非仅仅是内容、渠道和经营模式上的差异，应看到其中存在的更深层次的问题，即管理机制和激励机制上的巨大不同。资本市场要求公司治理机制更完善，有助于传媒集团建立现代企业制度，对公司治理有着标准化、规范化的要求，可为传统媒体进行经营机制的转换创造条件。同时，通过引入股权激励等市场化的激励机制，为传统媒体与新兴媒体有效对接融合奠定良好的基础。

3.5 提升人才吸引力

传统媒体应当深刻认识到人才流失对于自身的影响，从多个层面出发，做好人才引进、培养工作，降低离职率，保持整个工作队伍的稳定性，从人才构成方面，扎实提升竞争能力，推动新媒体时代传统媒体的平稳转型。在这一思路的引导下，一方面，传统媒体应当转变思路，建立更为完善的薪酬与晋升机制，有计划地提升工作人员的福利待遇，同时做好日常管理与团建工作，不断增强对人才的吸引力，提升工作人员的归属感以及认同感；另一方面，强化绩效考核，构建流畅的职务上升渠道，严格落实各项考核工作，根据工作人员的日常表现以及工作成效进行职位晋升，这不仅有助于留住人才，还能够通过此种方式使得高素质人才进入到传统媒体的管理层，对于新媒体时代传统媒体的转型具有极大的裨益。

结语

新媒体时代，传统媒体的转型对于传统媒体自身的发展而言有着深远影响，通过转型，保持媒体对于社会公众的影响力，从而占据更多的市场份额，促进传统媒体自身的健康快速发展。媒

参考文献

[1] 张三清，黄赟 . 新媒体时代下传统媒体如何转型发展 [J]. 采写编，2017（6）：97-98.

[2] 秦子宁 . 新媒体时代下传统媒体的转型前路 [J]. 视听，2018（4）：113-115.

[3] 卫莹 . 传统媒体如何应对新媒体时代的转型 [J]. 新闻研究导刊，2018（7）：31-33.

[4] 覃广华 . 论新媒体时代传统媒体记者的转型 [J]. 传播力研究，2018（9）：47-48.

[5] 冀龙 . 新媒体时代下传统媒体融合转型趋势分析 [J]. 新媒体研究，2017（5）：81-82.

（**作者单位：**新华日报传媒有限公司）